从离身到具身：虚拟新闻主播应用策略研究

——以上海广播电视台“申苂雅”为例

洪佳莉 丁梓珂

（浙江传媒学院，浙江 杭州 310018）

摘要：【目的】技术勃兴之下虚拟主播在各行各业得以运用，传统媒体也在尝试借用虚拟主播推动自身融合发展。文章试图对虚拟新闻主播的运用提供经验与对策。【方法】借助于认知科学中的离身认知与具身认知的理论思潮，通过对上海广播电视台虚拟新闻主播“申苂雅”工作室工作人员的深度访谈，梳理其成功经验并提出优化路径。【结果】离身认知和具身认知非二元对立的两面，具身认知是离身认知的发展与超越。虚拟新闻主播源自离身认知，逐步朝着具身认知方向发展。【结论】未来各主流媒体要充分利用离身认知下的可计算方式，加强具身认知下的情感认知链接。同时也需警惕虚拟新闻主播发展过程中会产生的问题。

关键词：离身认知；具身认知；虚拟新闻主播；主体性；“申苂雅” **中图分类号：**G407 **文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2023）04-100-06 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.021

本文著录格式：洪佳莉，丁梓珂 . 从离身到具身：虚拟新闻主播应用策略研究——以上海广播电视台“申苂雅”为例 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：100-104，126.

1. 引言：替代“主播”的主播

第四次工业革命的来袭掀起全球发展新浪潮，虚拟主播也因技术发展呈现 3 个阶段。第一阶段，诞生之初的机械化呈现。2000 年英国报业联合会媒体公司推出世界上第一个虚拟主持人“安娜诺娃（Ananova）”，2004 年，我国《光影周刊》推出 3D 虚拟人物“小龙”等。该时期虚拟主播的特点为表情呆滞、表达机械、动作迟缓，只是简单出现拟人特征；第二阶段，技术突破下初现拟人性。随着深度学习技术、语音合成技术的突破，这个阶段的虚拟主播初现了拟人化特征，例如 2016 年的虚拟主播绊爱；第三阶段，合成技术下的全面应用。技术勃兴再一次推动了人工智能技术的发展，虚拟主播如雨后春笋一般在各行各业得以全面推广应用，也为传统媒体的融合发展提供了新路径。利用智能化技术打造虚拟主播成为各大媒体的新竞争领域。2018 年，搜狗和新华社联合推出全球首个 AI 合成主播；2019 年全国“两会”期间，新华社推出 AI 虚拟主播“新小萌”等；在 AI 技术相对成熟发展之下，虚拟主播朝着垂直领域发展，例如 2018 年日本放送协会推出虚拟新闻主播“Yomiko”；2020 年 SMG（上海广播电视台，英文统称：Shanghai Media Group，简称“SMG”，下文统称为 SMG）推出的虚拟新闻主播“申苂雅”，2022 年浙江卫视推出的宋韵代言人虚拟主播“谷小雨”等。该阶段出现的，个性化和定制化融合之下的虚拟主播拥有鲜明特点和成长属性，同时能够通过深度学习拥有思考能力，它突破了人类作为传播主体的垄断局面，进一步成为传播的主体者。

智能化技术的发展运用随着元宇宙世界的来临，数字经济新业态的崛起，市场对虚拟主播的需求量将显著增加，虚拟主播数量将出现大幅度增长。庞大的市场规模和巨大的缺口需求之下，虚拟主播将逐渐替代人类主播在更多方面成为重要的传播主体。这场全球技术化浪潮中，主流媒体需要清楚认识到虚拟新闻主播的发展特性，借助技术发展驱动加快融合脚步，乘好元宇宙之风，推动虚拟新闻主播发展抢占市场高地、舆论话语权，发挥其“定盘星”“压舱石”的作用，这显得尤为急迫和重要。“申苂雅”是国内主流媒体推出的第一个具有新闻属性的虚拟偶像，也是首位在国内大型新闻直播中亮相并与嘉宾实时互动的虚拟新闻主播，同时获得长三角广播电视媒体融合优秀案例中的成长项目奖。智能媒体时代，虚拟新闻主播“申苂雅”的成功推出具有一定的引领作用，并为其他主

流媒体发展转型提供了新的经验。故本文将借用离身认知和具身认知的理论视角，结合对 SMG 虚拟新闻主播“申苏雅”工作室——子午工作室工作人员的深度访谈，总结实践应用中的成功经验，对虚拟新闻主播的未来发展尽可能提出优化建议。

2. 离身：多重因素耦合下虚拟新闻主播的产生

虚拟新闻主播是认知科学与人工智能主播在媒体深度融合时代的发展运用，其诞生发展就源自离身认知（disembodied cognition）。在第一代认知科学中，离身认知是其理论溯源，更是人工智能的理论土壤，其主要观点是认知能够脱离人的身体而独立存在的。离身认知意味着认知是可以计算的，“计算主义”是这种认知方式的主要体现。计算主义认为，人类心智的本质是一种形式，该形式可通过程序与算法表现出来，所以，人类心智是“计算—表征”系统，心智活动就是“对于符号的形式化操作”。[1] 媒体融合发展的时代，基于离身认知、计算主义思潮发展，通过智能合成技术、深度学习等技术驱动，再加之市场资本催化，政策保障与助力，多重因素耦合推动虚拟新闻主播的诞生与应用。

平滑空间的概念界定了这样一种空间，在其中存在着如此潜能：从任意一点出发，可以直接连通到任意别的点，而无须经过中间的点。[2] 德勒兹提出，草原时代的游牧民在游牧运动中创造了平滑空间，游牧民可以无拘无束地、平滑地从任意一点通向界域中的任意其他点。[3] 这种平滑空间的特点便是开放性、去中心化和非科层化。智媒时代所呈现出的特点和平滑空间如出一辙，属于链接性社会。在互联网世界中穿梭的虚拟新闻主播等同于“游牧民”，可以任意与平滑空间中的点进行链接。智媒时代，虚拟新闻主播在平滑空间之中要充分发挥其离身认知的可计算方式，从底层技术逻辑上驱动其核心竞争力的发展，与空间中的点进行良性链接，使其为用户更好地提供信息与服务功能，并有效发挥引导作用。

3. 具身：情感认知下虚拟新闻主播的发展趋势

3.1 超越离身认知的具身认知

具身性被视为“第二代认知科学”中最为重要的概念，强调具身认知下的主体性。离身认知和具身认知并非二元对立的两面，而是基于技术发展不同阶段所呈现出的不同特色，具身认知是离身认知的超越和发展，这意味着具身认知是虚拟新闻主播未来的发展方向和创新突破所在。

具身性（embodiment）最早源自知觉现象学，由法国哲学家梅洛·庞蒂提出，强调具身的主体性，反驳笛卡尔身心二元论的身体观。梅洛·庞蒂认为，“人类的存在既非离身的心智也非复杂的机器，其主体性即在于作为活跃的生物，以人类身体所特有的生理结构介入世界”。[4] 梅洛·庞蒂从主体性出发，解决的是意识—身体—世界三者的关系问题，强调身体地位的方式，反思和重建身心关系。[5] 虚拟身体可以通过各种技术方式模拟、创造各种身体的感官，如视觉、触觉、听觉等，以营造身体在场的“真实”感觉。它是技术具身化的主体，主体性是在身体实践中得以构成、获得体现的。[6] 虚拟新闻主播的身体虽与现实世界的人类有所区别，但技术具身化之下其拥有梅洛·庞蒂所说的主体性。虚拟主播在技术勃兴更迭之下，除去外在的相似性，更与人类有着几乎相同的声音和性格设定，这也体现出虚拟新闻主播具身认知下更高阶的探索发展。通过深度访谈了解到 SMG“申苏雅”的每一处设定都取自现实生活，这种来自人类方式的身份认知、自我认知和社会认知，直接打通了虚拟新闻主播与受众共通的意义空间，让受众对其认知是近乎生活中的人而非平台所建构的虚拟形象人物。未来通过技术发展进入后人类主义时，虚拟新闻主播将会衍生出自我意识与自主认知。

3.2 多重逻辑推动虚拟新闻主播具身新发展

郭全中教授指出，虚拟数字人及其产业发展的关键主要有五大要素，具体来说，技术是驱动，用户是基础，企业是主体，政策是保障，资本是催化剂。[7] 技术、市场与政治是影响我国媒体融合的三重逻辑。笔者认为这三重逻辑包含了郭全中教授的五大要素，即技术，市场——用户、企业、资本——政策。当代汉语词典中，政治是经济的集中表现，任何阶级的政治都是以维护本阶级的经济利益、建立和巩固本阶级的统治为目的；政策指国家或政党为实现一定历史时期的路线而制定的行动准则。我国为推动媒介融合出台了一系列政策，故而笔者认为，具体论述虚拟新闻主播发展用以政策逻辑替以政治逻辑更为合适。另外通过深度访谈得知“申苏雅”的设定与其背后的平台 SMG，以及平台所在地上海密切相关，这些是人物定位、价值塑造的基

础来源，表明文化逻辑是助推虚拟新闻主播发展的重要因素。基于此，笔者认为共有四重逻辑推动虚拟新闻主播发展：技术逻辑作为底层逻辑，推动虚拟新闻主播拟人化发展，并且推动其情感性和思想性的增加；市场逻辑和文化逻辑从中层角度加强虚拟新闻主播的具身特征：市场逻辑起引导作用，同时涌入市场的资本直接助推行业的兴盛；文化逻辑之下，虚拟新闻主播融合特定的文化价值，加强与受众之间的链接，使其更像是嵌入生活中的朋友；政策出台直接从宏观角度对人工智能发展指明方向，推动其情感化的打造；这四种逻辑共同推动虚拟新闻主播从过去的离身认知转向具身认知，并且使其朝着更为高阶的方向发展。

3.3 技术：成本优化下的可持续发展

技术勃兴之下，虚拟主播成为信息的处理者和传播者，打破了人类社会对于信息传播的垄断地位。技术发展如何更好地应用于虚拟主播，成为各大平台需要思考的重点。人工智能时代，制作虚拟新闻主播并不具备核心的竞争优势，能够以低成本高呈现才能称为核心优势。“申苏雅”成功的原因之一在于其技术优势，其技术由集团内部的技术中心 SMT 提供支持。相比于依赖外在技术公司团队而言，自有团队拥有更多的可控性，使得制作成本最优化，因此在市场上拥有核心竞争力。另外团队在对“申苏雅”的打造过程中考虑到了不同技术的成本问题，故而采用了 vicon 光学式动作捕捉和面部实时跟踪等技术。自有技术团队的存在，直接从底层技术逻辑上确保其能够行稳致远。

这启示主流媒体在推动虚拟新闻主播发展之时，要加强对技术团队的打造，减少对外部公司的技术依赖。这对体制机制改革也提出了更高的要求，需要吸纳技术型人才，成立核心技术团队，从底层逻辑为新生事物发展打下坚实基础。另外不可一味追逐效果上的拟人真实化，而要借用技术来深化虚拟新闻主播自主学习能力，加强情感认知下的交互反应等；同时多方合力打造虚拟新闻主播 IP 化发展，推动其多场景和多领域下的运用，实现盈利化的造血式运作。

3.4 市场：媒介等同下的映照

“计算机作为社会行动者”（computers as social actors，CASA）范式认为，计算机、机器人等新兴技术并非仅是一种单纯的工具，在融入社会的进程当中，它们也会被视为“社会行动者”，并遵循人们对特定“社会行动者”的期待。换言之，人们会将某些社会规范、价值观念及刻板印象对应于机器人身上。[8]“申苏雅”的推出是为了吸引更多年轻人关注主流媒体的新闻信息，故团队对其打造依照年轻群体的喜好进行。在网络技术快速发展的支持下，虚拟世界的出现让“二次元文化”逐渐发展成为年轻人群体中的主流文化。[9]二次元、国风对 Z 世代有强烈的吸引力，因此“申苏雅”以二次元的国风形象呈现，并且语言风格的设定也遵循 Z 世代群体的说话方式。“申苏雅”人物设定为从事日常工作的实习生，经过 4 个月实习之后，于 2021 年 3 月成为 SMG 的正式员工，开启其新闻职业生涯。如此设定契合了即将踏入职场或者是已经初入职场摸爬滚打的 Z 世代群体，“申苏雅”身上映照了 Z 世代生活的景象——在“申苏雅”身上看到当下自己的影子。Reeves 和 Nass 学者在 CASA 理论后提出“媒介等同理论”（media equation），即媒介等同于真人实景，人们会像对待真人一样对待媒介。[10]该理论强调人和媒介的互动是具有社会性的，媒介的行为会引发人类作出相应的社会反应。故而观看“申苏雅”的相关活动之时，Z 世代群体会将其所见到的媒介景象社会化、自然化，用以对照日常生活，影响自己现实的行为和思考。这启示了在虚拟新闻主播的打造过程中，需要从现实世界的社交性、自然性中提取元素。人人皆有麦克风的时代，主流媒体更应在利用好新媒介技术，为其内容服务，在人物塑造、内容选择上要做好引导工作，做好主流价值的传达。

目前各大平台对虚拟新闻主播的打造都会依照市场受众的需求来进行设定，但从创新角度来说，平台企业如果想在行业中处于领先地位，除了迎合受众喜好，也要做出相应创新突破以抢占市场蓝海领域，优先赢得受众关注。SMG 在对“申苏雅”的运营中突破了单一运营模式，打造了两种风格形象——二次元青春版和超写实职业版，不同的场合下进行运用，例如重大主题新闻报道会以职业版形象呈现；其他晚会类活动报道会以轻松的二次元形象呈现。同一 IP 的不同形象呈现，虽然运营上带来了便利，达到了一种自圆其说的说法，但基于虚拟新闻主播的具身性，不同形象呈现对于观众而言会有脱离感，很难认同屏幕端是同一 IP 人物。

艾媒咨询发布的《2023年中国虚拟人行业发展研究报告》显示，预计2025年中国虚拟人带动产业市场规模和核心市场规模分别达到6402.7亿元和480.6亿元，呈现强劲的增长态势。随着元宇宙世界的开启与完善，虚拟新闻主播的发展将会成为新风口。这意味着对虚拟新闻主播的具身应用要进一步加强，同时利用好金融资本，打造具有独特性的群众所喜闻乐见的虚拟新闻主播，增加核心受众黏性，突破固有圈层扩大受众范围。

3.5 文化：生活化下的共通意义空间

虚拟新闻主播的人物设定与其背后所在的企业文化密切相关。SMG在对“申苏雅”进行设定的时候就立足于集团文化。SMG集团有着“新闻立台，文化强台”的理念，同时“申苏雅”所属的融媒体中心主要负责SMG、STV新闻综合频道、看看新闻和ICS外语频道的新闻节目的生产和分发，因此“申苏雅”的身份定位在“新闻主播”和“主持人”。另外SMG也是上海内外宣的重要窗口，故而“申苏雅”的创作与海派文化密不可分，比如姓“申”，代表申城；苏雅最初取自《诗经·小雅》“小雅”，后因商标问题，而《康熙字典》中“苏”是一种草药，制成中药后叫“远志”，故而以“苏”代替了“小”；“雅”代表女性高尚气质。基于性格设定是元气可爱的类型，所以身高择取女性平均身高162厘米。“申苏雅”喜欢的食物设定除了有大众普遍喜爱的烧烤、火锅，更是融入了上海人喜好——粢饭团，该设定激起核心受众上海人的共情，赢得广泛好评。

虚拟新闻主播植根于现实世界的文化土壤，相通的文化空间让其具身性更加显著，与受众的意义空间日益扩大，直接拉近了与受众的情感链接，唤起受众的共情。正如“申苏雅”的塑造浓缩了上海标志性元素，定位上融入了平台文化，让其拥有独特的竞争优势，并且赢得受众之喜爱。平台对虚拟新闻主播的发展需要植根于文化土壤，使其具有竞争性的同时让受众感受到与其同呼吸共命运的邻家亲近感。

3.6 政策：宏观层面的利好保障

政策的出台从宏观层面上对虚拟新闻主播发展起到指导性、规范化作用。2021年以来，国家相关部门出台政策大力支持人工智能、大数据等产业的发展，虚拟主播是重要组成部分。国务院颁布《新一代人工智能发展规划》强调虚拟现实、增强现实等技术要与人工智能有机结合和高效互动；进一步从政策上推动了技术研发，加强了人工智能对虚拟技术的运用。国家广电总局发布了《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》，明确指出“要推动虚拟主播、动画手语广泛应用于新闻播报、天气预报、综艺科教等节目生产，创新节目形态，提高制播效率和智能化水平”，首次明确提出并且鼓励推动虚拟主播的发展，并且要与节目生产进行结合。[11]工业和信息化部、教育部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家体育总局，五部门联合编制《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022–2026年）》[12]（以下简称《行动计划》）指出2026年实现以下发展目标，三维化、虚实融合沉浸影音关键技术重点突破，新一代适人化虚拟现实终端产不断丰富，产业生态进一步完善；并且对未来五年虚拟现实与行业应用融合发展的重点任务进行了详细部署。《行动计划》的颁布直接从顶层设计上为虚拟行业的发展提供了规划蓝图，指明了目标，并且从各方部署上也提出了建议；这一详细规划直接为企业在虚拟产业发展方向点亮了前进的明灯，强调突出虚拟主播的拟人化运用发展，同时直接推动未来5年虚拟人离身认知的进步以及具身认加的强化，推动虚拟主播的多行业、多场景的运用，促进虚拟行业的发展与完善。

市场主体企业在发展过程中需要实时关注国家出台的相关政策，将技术发展更好地运用于社会服务。当今虚拟主播发展无限接近真人化时，依旧需要看到其有待优化和改进之处，例如脸部皮肤在表情变化时所缺少的细节感等；从更高阶的发展要求来看，虚拟主播除了对人类行为的模仿、复刻，更要加强其向高心智阶段发展，发展自主学习能力，加强情感向、艺术向、自主人格的创造与发展，使其更具有真人感，甚至在一些方面等同人类。虚拟新闻主播高阶性的发展趋势不仅需要从技术上进行驱动，更要市场、文化、政策多重逻辑的共同推动，如此方可使得虚拟新闻主播更好地实现自主决策、控制行为、情感交互等认知能力。

4. 讨论：“我”还是我吗?

随着人工智能技术的发展，后人类理论宣示人类从此具有了两副身体，“表现的身体”与“再现的身体”；“表现的身体”以血肉之躯出现在电脑屏幕的一侧，

"再现的身体"则通过语言和符号学的标记在电子环境中产生。[13] 第四代工业革命之下的技术发展直接催生出拥有"再现的身体"的虚拟新闻主播的发展，也使得永恒的哲学问题——我是谁，再一次出现在人类面前。虚拟新闻主播的日益发展从过去的粗放式的仿真呈现到现在无限接近真人，甚至替代人类之时，"我"还是我吗？当未来虚拟主播超越真人之时，"我是谁"成为各界值得深思的问题。

避免机械复制下灵韵丧失。通过技术编码，虚拟新闻主播这种再现的身体因为技术发展成为可复制的工业品，其完美无瑕但丢失了真实的灵韵。元宇宙时代的来临，虚拟新闻主播的应用场景增加，互联网公司和科技公司不断涌入导致产业规模扩大，如此使得虚拟主播批量生产，出现无数个"我"，本应追求的具身认知下的个性发展也在批量生产中消失。这正如本雅明所说的机械复制时代的工业品生产，其中灵韵也随批量生产在市场消失殆尽。

警惕具身认知下的虚拟新闻主播发展带来的恐怖谷效应。在技术日益勃兴之下，算法至上，随着定制化的深入，具身认知下的情感链接加强，深度学习思考能力强化，虚拟新闻主播不再是过去单一的信息传递者，进一步成了处理信息的传播者，传播主体性愈发显著。虚拟主播发展依托于技术的勃兴，这意味着需要警惕避免因技术局限而引发大面积的恐怖谷效应出现。恐怖谷效应认为，机器人外观和行为跟人类越是接近，人们越容易产生积极的正面情感；但是，这种正面的情感到达一个峰值之后，随着相似度的提高，人们会对机器人产生恐怖的感觉，形成所谓的"恐怖谷"；当相似度持续上升到与人类更为接近的程度时，人们对机器人又会重新产生正面的情感。[14] 曲线性发展的恐怖谷效应提醒当下虚拟新闻主播在发展过程中，各方需要密切关注好人类的心理变化；加强底层逻辑技术的研发，推动虚拟新闻主播在长相以及动作、语言等行为上也需接近人类，以此缩短恐怖感的时间存在。但当未来真有一天虚拟新闻主播无限接近你我之时，甚至日益替代人类工作之时，"一个没有肉体的幽灵世界应运而生"[15]，是否将会成为现实值得警惕。

人工智能随着技术勃兴，主流媒体在深度融合发展阶段，需要利用好技术发展，充分加强其离身和具身认知特性，加快推动虚拟新闻主播发展应用的高阶化。技术是驱动虚拟新闻主播发展的核心因素，但要注意到技术优势并不会影响受众对于虚拟新闻主播的接受意愿。正如学者王忆希等人提出，即便他们感知到了新闻 AI 主播在新闻节目生产上的相对技术优势，也并不会因此更愿意接受新闻 AI 主播。[16] 人机耦合凝练着对技术的创新性期待和对真实情感传达的保留。[17] 因此在推出虚拟新闻主播之时，要将离身认知和具身认知交互看待，在强调其技术优势之时，也需同步强调其自主性、学习思考、艺术创作等能力。人工智能时代来临，离身认知、具身认知日益显著，相比过去人机交互日益密切，媒介技术愈发透明化，人类也日益走向了赛博人，这也造就了后人类生存方式。对虚拟新闻主播的发展，尤其是在主流媒体发展境遇之下，需要充分运用好政策导向、技术手段、市场发展，文化价值多重逻辑共同推动 IP 化建设，运用好符号的表征功能，将打破其在具体事物中的运用，推动虚拟新闻主播具身发展的多场景运用，突破核心受众圈层。但也需警惕虚拟主播在日益趋近人类，甚至等同于人类之时需要清楚认识到这由人类一手造出的新生主体——虚拟主播，到底是谁，未雨绸缪做好虚拟主播可能带来的负面影响。最后需要说明的是，本研究是基于个案深度访谈产生，缺乏广泛的样本研究调查，以及对样本的动态性分析，未来对人工虚拟新闻主播的研究还需更多更全面地关注各主流媒体所推出的虚拟新闻主播。

参考文献

[1] 高新民，储昭华 . 心灵哲学 [M]. 北京：商务印书馆，2002：678.

[2][3] [法] 费利克斯·加塔利，[法] 吉尔·德勒兹著 . 资本主义与精神分裂 [M]. 姜宇辉，译 . 上海：上海书店出版社，2010.

[4] Fusar-Poli P.Stanghellini G. Maurice Merleau-Ponty and the "Embodied Subjectivity"（1908-1961）[J]. Medical Anthropology Quarterly，2009，23（2）：91-93.

[5] 刘海龙，束开荣 . 具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角 [J]. 兰州大学学报（社会科学版），2019（2）：80-89.

[6] 孙玮 . 交流者的身体：传播与在场——意识主体、身体

（下转第126页）